

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KEMASAN
PRODUK PERANGKAT TANAM
KOMUNITAS KETJILBERGERAK
DENGAN PENDEKATAN 3R
(REDUCE, REUSE, DAN RECYCLE)



KARYA DESAIN

Oleh:
Rony Setiawan

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KEMASAN
PRODUK PERANGKAT TANAM
KOMUNITAS KETJILBERGERAK
DENGAN PENDEKATAN 3R
(REDUCE, REUSE, DAN RECYCLE)



KARYA DESAIN

Oleh:
Rony Setiyawan
NIM 0911873024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015

Tugas Akhir Desain berjudul: **PERANCANGAN KEMASAN PRODUK PERANGKAT TANAM KOMUNITAS KETJILBERGERAK DENGAN PENDEKATAN 3R (*REDUCE, REUSE, DAN RECYCLE*)**

Diajukan oleh Rony Setiyawan, NIM 091 1873 024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada 2 Juli 2015.

Pembimbing I/Anggota

F.X. Widyatmoko, M. Sn.
NIP 19780221 200501 1 002

Pembimbing II/Anggota

Endro Tri Susanto, S. Sn, M. Sn.
NIP. 19640921 199403 1 001

Cognate/Anggota

Hesti Rahayu, S. Sn., M. A.
NIP 19740730 199802 1 001

Kaprodi DKV/Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M. Sn.
NIP 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/Ketua

Drs. Baskoro S. B., M. Sn.
NIP 19650522 199403 1 003

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M. Des.
NIP 19590802 198803 2 002



Untuk Ibuku dan Bumiku
yang telah mengatarakan ku
pada kehidupanku.



*“Good Packaging
Does’t Get Thrown Away”
- Johny Cupcakes -*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini dengan baik.

Tugas Akhir ini merupakan tugas karya penciptaan melalui sebuah perancangan karya yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat guna mengakhiri studi pada jenjang Sastra Satu (S1) di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta. Judul dari Tugas Akhir ini adalah “Perancangan Kemasan Produk Perangkat Tanam Komunitas Ketjilbergerak dengan Pendekatan 3R (*Reduce, Reuse, dan Recycle*)”.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya yang ditujukan kepada:

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW. yang selalu memberi rahmat dan petunjuk.
2. Bapak Dr. M. Agus Burhan, M.Hum. selaku Rektor ISI Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Dra. Suastiwi, M.Des. selaku Dekan Senirupa ISI Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Baskoro S.B., M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain ISI Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Hartono K, M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.
6. Bapak F X Widyatmoko, M Sn. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak EndroTri Susanto, S.Sn., M. Sn. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah sangat baik hati membimbing, memberi arahan, memotivasi, memberi saran, serta meminjami buku-buku kepada penulis.
7. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn., MA. Selaku penguji ahli.

8. Bapak Indiria Maharsi, M.Sn. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan semangat dan mendukung kelancaran studi penulis.
9. Seluruh *staff* pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dan Seluruh Karyawan Akmawa Jurusan Seni Rupa ISI Yogyakarta yang banyak membantu dan memperlancar studi penulis
10. Abah yang di Surga dan Ibu yang selalu mendukung, menjaga, menyayangi, dan mendoakan, terimakasih atas segala terbaik yang telah diberikan.
11. Kakak-kakakku, Mas Iman yang selalu tak repoti, selalu membimbing, sampai aku sejauh ini, Mas Dadang, dan Mbak Ana yang selalu *support* meskipun dari Jauh
12. Istriku tercinta Anisa' Meilasyari, yang senantiasa menjadi *partner* luar biasa, *ngopyak-ngopyak* ketika malas *ngerjain* TA, menemani terjaga, mendoakan, dan membantu banyak hal
13. Komunitas Ketjilbergerak, terima kasih atas ketersediaannya sebagai narasumber dan objek perancangan tugas akhir desain ini,
14. Penghuni Kos Hermiati, Iwan, Ega, Bram, Iyus, Yundi, Danang, Azi, Bintang, Surya, dan Deka, *sedulur* yang selalu menyemangati dan saling memotivasi.
15. FNSHTHM, Juki, Agung, Beni, Danang, dan Deri, *sedulur* yang tak pernah mati.
16. Iend, terimakasih atas bantuannya *nyeket*.
17. Endy, Yayu, Meda, Dinda, Kiki, Desi, Riri, Dila, Indri, Lia, Nervi, Sari, Itong, para sohib istriku yang selalu jadi teman *ngalor-ngidul*.
18. Gagasan Ideagency, Toes, Dito, yang senantiasa jadi peramai.
19. Rifki NCX, Nain, Edi, Bangun, Wisnu, Uza', Yongki, Dendi Angga Siluet, Angga Winas, Uya', Dewi', Wana, Yudha, Rimbo, Sekar, Namuri, dan semua angkatan 2009, terimakasih *support*, motivasinya, dan terima kasih telah menjadi teman yang luar biasa.

20. Mas Farid, Mas Agung, Mas Elang, dan LIBSTUD, terima kasih atas semua pengalaman dan bimbingan yang amat sangat luar biasa.
21. Mas Ncop, Mas Ruli, Mas Robi, Mas Ndog, Joshuit, Mas Dendi, Simbah, Mas Teplok, Mas Rudi, Mas Dian, Mas Thomas, Mbak Hikmah, dan para senior ulung lainnya yang tak pernah habis memberikan ilmu dan pengalaman.
22. Demambo, Jawa Pos, Memo, Sahara , AI, Genique, Kepala Gajah, Inmajin Bentang, Keluarga Lepaskendali, Minor, terima kasih atas dukungan finansialnya, sehingga dapat menyelesaikan studi di sini.
23. Ryan Fauzi, sahabat kecil yang selalu mendukung dan mendoakan hingga saat ini.
24. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penyusunan Tugas Akhir.

Akhirnya penulis mohon maaf apabila ada kekurangan maupun kesalahan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Semoga bermanfaat bagi banyak pihak. Terimakasih.

Yogyakarta, Juni 2015

Rony Setiawan

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA | xxiii |
| ABSTRAK | xxiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Perancangan | 6 |
| D. Lingkup Permasalahan | 6 |
| E. Manfaat Perancangan | 6 |
| 1. Bagi Mahasiswa | 6 |
| 2. Bagi Institusi | 6 |
| 3. Bagi Komunitas | 7 |
| F. Metode Perancangan | 7 |
| 1. Data Awal..... | 7 |
| a. Data Primer..... | 7 |
| b. Data Sekunder | 7 |
| 2. Metode Pengumpulan Data | 7 |
| a. Data Primer..... | 7 |
| b. Data Sekunder | 8 |
| 3. Metode Analisis Data | 8 |
| G. Metode Perancangan | 9 |

| | | |
|--------|---|----|
| BAB II | IDENTIFIKASI DAN ANALISIS | 10 |
| A. | Identifikasi Data | 10 |
| 1. | Tinjauan Teoritis | 10 |
| a. | Tinjauan Kemasan | 10 |
| 1) | Definisi Kemasan | 10 |
| 2) | Sejarah Kemasan | 11 |
| 3) | Fungsi Kemasan | 17 |
| 4) | Desain Kemasan | 19 |
| 5) | Kemasan Saat ini | 22 |
| 6) | Prinsip-Prinsip Desain Kemasan | 26 |
| 7) | Atribut Kemasan..... | 35 |
| b. | Tinjauan Produk Perangkat Tanam | 37 |
| 1) | Definisi Produk Perangkat Tanam..... | 37 |
| 2) | Sejarah Pertanian Urban | 40 |
| 3) | Pertanian Urban di Jawa | 42 |
| 4) | Manfaat Produk Perangkat Tanam | 44 |
| 5) | Jenis Tanaman pada Produk Perangkat Tanam ... | 45 |
| c. | Tinjauan Komunitas Ketjilbergerak | 51 |
| d. | Tinjauan 3R (<i>Reduce, Reuse, Recycle</i>) | 53 |
| 1) | Definisi 3R..... | 53 |
| 2) | Tiga R dan Kemasan | 54 |
| 3) | Kemasan Ramah Lingkungan..... | 55 |
| 2. | Riset Pra Desain | 56 |
| a. | Riset Internal | 56 |
| b. | Riset Ekonomi | 56 |
| c. | Riset Teknis | 57 |
| d. | Riset Pesaing | 57 |
| e. | Riset Pasar | 59 |
| f. | Riset Trend | 61 |
| B. | Analisis Data | 62 |
| 1. | Analisis Produk | 62 |

| | | |
|---------|--|----|
| | a. Kekuatan/ <i>Strength</i> | 62 |
| | b. Kelemahan/ <i>Weakness</i> | 63 |
| | c. Kesempatan/ <i>Opportunities</i> | 63 |
| | d. Ancaman/ <i>Threats</i> | 63 |
| | e. Matrik SWOT | 63 |
| 2. | Analisis Media | 64 |
| 3. | Analisis Fitur Kemasan | 64 |
| | a. Tinjauan Aspek Visibilitas (<i>visibility</i>) | 64 |
| | b. Tinjauan Aspek Informasi (<i>information</i>) | 65 |
| | c. Tinjauan Aspek Daya Tarik Visual (<i>Emotional</i>) | 65 |
| | d. Tinjauan Aspek Kemampuan untuk dikerjakan (<i>Workability</i>) | 65 |
| 4. | Simpulan Analisis | 66 |
| BAB III | KONSEP PERANCANGAN | 68 |
| A. | Konsep Kreatif | 68 |
| | 1. Tujuan kreatif | 68 |
| | 2. Konsep Estetika | 68 |
| | 3. Tujuan Kreatif | 69 |
| | a. <i>Brand Positioning</i> | 69 |
| | b. <i>Brand Differentiation</i> | 70 |
| | c. <i>Brand Identity</i> | 71 |
| | d. <i>Brand Image</i> | 72 |
| | e. USP (<i>Unique Selling Proposition</i>) | 72 |
| B. | Strategi Kreatif | 73 |
| | 1. Konten/ Informasi Kemasan | 73 |
| | a. Nama Brand | 73 |
| | b. Nama Produk | 74 |
| | c. Pesan Produk | 74 |
| | d. Tempat Asli Produksi | 74 |
| | e. Instruksi | 74 |

| | |
|---|----|
| f. Komposisi..... | 75 |
| 2. Bahan/ Material Dasar Kemasan | 75 |
| a. <i>Primary Packaging</i> | 75 |
| b. <i>Secondary Packaging</i> | 76 |
| c. Lembar Intruksional | 76 |
| d. <i>Product Tag</i> | 77 |
| 3. Sistem Buka Tutup | 77 |
| a. <i>Primary Packaging</i> | 77 |
| b. <i>Secondary Packaging</i> | 77 |
| 4. Gaya Desain | 77 |
| a. Referensi Visual | 77 |
| b. Warna yang dipilih | 79 |
| c. Logo | 80 |
| d. Ilustrasi/ Gambar yang digunakan | 81 |
| e. Jenis Font/ Tipografi | 82 |
| C. Konsep Media..... | 84 |
| 1. Media Utama | 84 |
| a. <i>Primary Packaging</i> | 84 |
| b. <i>Secondary Packaging</i> | 86 |
| c. Lembar Intruksional | 86 |
| d. <i>Product Tag</i> | 87 |
| 2. Media Pendukung | 87 |
| a. Poster | 88 |
| b. <i>Notebook</i> | 88 |
| c. Stiker | 89 |
| d. Kaos | 89 |
| e. Media Sosial | 89 |
| f. <i>Aksesoris</i> | 90 |

| | | |
|--------|--|-----|
| BAB IV | VISUALISASI | 91 |
| A. | Penjaringan Ide Bentuk Kemasan | 91 |
| 1. | Pola Kemasan Primer (<i>Primary Packaging</i>) | 91 |
| 2. | Pola Kemasan Sekunder (<i>Secondary Packaging</i>) | 94 |
| 3. | Pola Lembar Intruksional | 96 |
| B. | Pengembangan Logo/ <i>Brand Name</i> / Nama Varian | 96 |
| C. | Layout Desain Awal | 98 |
| 1. | <i>Primary Packaging</i> | 98 |
| a. | Pot/ Tempat tanam | 98 |
| 1) | Sketsa Kasar | 98 |
| 2) | Layout | 98 |
| b. | Kemasan Biji | 99 |
| 1) | Sketsa Kasar | 99 |
| 2) | Layout | 100 |
| 2. | <i>Secondary Packaging</i> | 101 |
| a. | Sketsa Kasar | 101 |
| b. | Layout | 101 |
| 3. | Lembar Intruksional | 102 |
| a. | Sketsa Kasar | 102 |
| b. | Layout | 103 |
| 4. | Produk Tag | 104 |
| a. | Sketsa Kasar | 104 |
| b. | Layout | 104 |
| 5. | Media Pendukung | 105 |
| a. | Poster | 105 |
| 1) | Sketsa Kasar | 105 |
| 2) | Layout | 105 |
| b. | <i>Notebook</i> | 106 |
| 1) | Sketsa Kasar | 106 |
| 2) | Layout | 106 |
| c. | Stiker | 107 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 1) Sketsa Kasar | 107 |
| 2) Layout | 107 |
| d. Kaos | 108 |
| 1) Sketsa Kasar | 108 |
| 2) Layout | 108 |
| e. Media sosial | 109 |
| 1) Sketsa Kasar | 109 |
| 2) Layout | 109 |
| f. Aksesoris | 110 |
| 1) Sketsa Kasar | 110 |
| 2) Layout | 110 |
| D. Pengembangan Desain | 111 |
| 1. <i>Primary Packaging</i> | 111 |
| a. Pot/ Tempat tanam | 111 |
| 1) Konten | 111 |
| 2) Proses Digital | 112 |
| b. Kemasan Biji | 113 |
| 1) Konten | 113 |
| 2) Proses Digital | 114 |
| 2. <i>Secondary Packaging</i> | 115 |
| a. Konten | 115 |
| b. Proses Digital | 118 |
| 3. Lembar Intruksional | 120 |
| a. Konten | 120 |
| b. Proses Digital | 134 |
| 4. Produk Tag | 138 |
| a. Konten | 138 |
| b. Proses Digital | 138 |
| 5. Media Pendukung..... | 138 |
| a. Poster | 138 |
| 1) Konten | 138 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 2) Proses Digital | 143 |
| b. <i>Notebook</i> | 147 |
| 1) Konten | 147 |
| 2) Proses Digital | 147 |
| c. Stiker | 148 |
| 1) Konten | 148 |
| 2) Proses Digital | 149 |
| d. Kaos | 150 |
| 1) Konten | 150 |
| 2) Proses Digital | 150 |
| e. Media sosial | 150 |
| 1) Konten | 150 |
| 2) Proses Digital | 151 |
| f. Aksesoris | 155 |
| 1) Konten | 155 |
| 2) Proses Digital | 155 |
| E. Final Desain | 156 |
| 1. <i>Primary Packaging</i> | 156 |
| a. Tempat Tanam | 156 |
| b. Kemasan Biji | 158 |
| 2. <i>Secondary Packaging</i> | 159 |
| a. Seledri | 159 |
| b. Tomat | 161 |
| c. Sawi | 163 |
| d. Cabai | 165 |
| 3. Lembar Intruksional | 167 |
| a. Seledri | 167 |
| b. Tomat | 168 |
| c. Sawi | 169 |
| d. Cabai | 170 |
| 4. <i>Produk Tag</i> | 171 |

| | |
|--|-----|
| 5. Media Pendukung | 173 |
| a. Poster | 173 |
| b. <i>Notebook</i> | 177 |
| c. Stiker | 178 |
| d. Kaos | 179 |
| e. Aksesories | 180 |
| f. Media Sosial | 181 |
| F. Media Pendukung Pameran Tugas Akhir | |
| 1. Poster Pameran Tugas Akhir..... | 186 |
| 2. Katalog Pameran Tugas Akhir | 187 |
| BAB V PENUTUP | 188 |
| A. Kesimpulan | 189 |
| B. Saran | 190 |
| DAFTAR PUSTAKA | 191 |
| LAMPIRAN | 193 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|---|----|
| Gambar 1. | Produk perangkat tanam dari Paris Garden | 1 |
| Gambar 2. | Artwork Ketjil Bergerak dengan judul ‘Menanam untuk Masa Depan’ | 4 |
| Gambar 3. | Penggunaan barang bekas sebagai pot..... | 5 |
| Gambar 4. | Skematika Perancangan | 9 |
| Gambar 5. | Penggunaan labu sebagai wadah pada jaman dahulu | 12 |
| Gambar 6. | Vas Keramik (Amphora) yang diperkirakan berasal dari dinasti Yuan, berfungsi sebagai wadah wine..... | 13 |
| Gambar 7. | Salah satu simbol heraldik yang diadopsi oleh Chivas Regal sebagai desain kemasannya | 15 |
| Gambar 8. | Kemasan dengan konsep <i>simplicity</i> | 21 |
| Gambar 9. | Produk masa kini yang justru menampilkan kesan <i>vintage</i> dan sederhana | 23 |
| Gambar 10. | Produk Keripik Maich yang mengadopsi gaya <i>vintage</i> | 25 |
| Gambar 11. | Rak Display Supermarket | 27 |
| Gambar 12. | Kemasan berdasar warna | 28 |
| Gambar 13. | Kemasan berwarna kontras | 29 |
| Gambar 14. | Efisiensi kemasan | 31 |
| Gambar 15. | Tipografi pada kemasan | 34 |
| Gambar 16. | Atribut kemasan yang terdiri dari empat unsur pembentuk..... | 35 |
| Gambar 17. | Contoh produk perangkat tanam dari the Auld Sod | 38 |
| Gambar 18. | Kegiatan urban farming di atas atap gereja oleh Maya Donelson Glide Memorial, San Fransisco | 39 |
| Gambar 19. | Salah satu poster propaganda Victory Garden pada tahun 1941 di Amerika | 41 |
| Gambar 20. | Anggota dari Kelompok Tani Gading Sari merawat tanaman di Kebun Induk Kampung Sayuran, Patehan, Kraton, Yogyakarta | 44 |
| Gambar 21. | Produk perangkat tanam sayur..... | 46 |
| Gambar 22. | Produk perangkat tanam bunga..... | 47 |

| | |
|--|----|
| Gambar 23. Kompos | 49 |
| Gambar 24. Tempat tanam | 50 |
| Gambar 25. Benih | 51 |
| Gambar 26. Ketjilbergerak dalam kegiatan Memakzulkan Ibukota di dukuh Mangir, Bantul, Yogyakarta | 52 |
| Gambar 27. Produk perangkat tanam dari Paris Garden | 58 |
| Gambar 28. Produk perangkat tanam Growbox | 59 |
| Gambar 29. Produk masa kini yang justru dikemas <i>vintage</i> dan sederhana..... | 62 |
| Gambar 30. Tabel korelasi perkembangan material kemasan dengan peradaban manusia | 66 |
| Gambar 31. Posisi <i>brand identity</i> dalam segitiga <i>positioning-differentiation-branding</i> | 71 |
| Gambar 32. Posisi <i>brand image</i> dalam segitiga <i>positioning-differentiation-branding</i> | 72 |
| Gambar 33. Reverensi visual untuk <i>primary packaging</i> | 78 |
| Gambar 34. Reverensi visual untuk kemasan biji | 78 |
| Gambar 35. Reverensi visual untuk <i>secondary packaging</i> | 79 |
| Gambar 36. Merah C:20 M:100 Y:100 K:0 dan Putih Tulang C:0 M:5 Y:21 K:0 | 79 |
| Gambar 37. Hijau C:89 M:42 Y:100 K:48 dan Putih Tulang C:0 M:5 Y:21 K:0 | 80 |
| Gambar 38. Logo Ketjilbergerak | 80 |
| Gambar 39. Logo Obah | 81 |
| Gambar 40. Ilustrasi untuk poster pada lembar instruksional | 81 |
| Gambar 41. Ilustrasi untuk <i>secondary packaging</i> | 82 |
| Gambar 42. Font Futura Extra Bold Oblique | 83 |
| Gambar 43. Font Libre Baskerville | 83 |
| Gambar 44. Berbagai macam material kemasan primer tempat tanam | 91 |
| Gambar 45. Pola kemasan primer tempat tanam | 92 |
| Gambar 46. Penjaringan dan penerapan kemasan biji | 92 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 47. Pola kemasan biji | 92 |
| Gambar 48. Pola dasar tempat tanam dan penutupnya..... | 93 |
| Gambar 49. Pola dasar kemasan biji..... | 93 |
| Gambar 50. Penjaringan ide kemasan sekunder | 94 |
| Gambar 51. Pola dasar kemasan sekunder berupa tas serut | 95 |
| Gambar 52. Pola dasar lembar instruksional | 96 |
| Gambar 53. Logo Obah Growkits | 97 |
| Gambar 54. Sketsa kasar tempat tanam Obah Growkits | 98 |
| Gambar 55. Layout sisi depan tempat tanam Obah Growkits | 98 |
| Gambar 56. Layout sisi belakang tempat tanam Obah Growkits | 99 |
| Gambar 57. Layout stiker sisi penutup tempat tanam Obah Growkits | 99 |
| Gambar 58. Sketsa kasar kemasan biji Obah Growkits | 99 |
| Gambar 59. Layout kemasan biji Obah Growkits | 100 |
| Gambar 60. Sketsa kasar kemasan sekunder Obah Growkits semua varian | 101 |
| Gambar 61. Layout sisi depan kemasan sekunder Obah Growkits | 101 |
| Gambar 62. Layout sisi belakang kemasan sekunder Obah Growkits | 102 |
| Gambar 63. Sketsa kasar lembar instruksional Obah Growkits semua varian | 102 |
| Gambar 64. Layout lembar instruksional Obah Growkits | 103 |
| Gambar 65. Sketsa kasar <i>product tag</i> Obah Growkits | 104 |
| Gambar 66. Layout depan <i>product tag</i> Obah Growkits | 104 |
| Gambar 67. Layout belakang <i>product tag</i> Obah Growkits | 104 |
| Gambar 68. Sketsa kasar poster Obah Growkits semua varian | 105 |
| Gambar 69. Layout poster Obah Growkits semua varian | 105 |
| Gambar 70. Sketsa kasar notebook Obah Growkits | 106 |
| Gambar 71. Layout <i>notebook</i> Obah Growkits semua varian | 106 |
| Gambar 72. Layout binding <i>japan stitch</i> Obah Growkits semua varian | 106 |
| Gambar 73. Sketsa kasar stiker Obah Growkits | 107 |
| Gambar 74. Layout stiker Obah Growkits semua varian | 107 |
| Gambar 75. Sketsa kasar kaos Obah Growkits | 108 |
| Gambar 76. Layout kaos Obah Growkits | 108 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 77. Sketsa kasar iklan <i>digital</i> Obah Growkits | 109 |
| Gambar 78. Layout iklan <i>digital</i> Obah Growkits | 109 |
| Gambar 79. Sketsa kasar asesoris Obah Growkits | 110 |
| Gambar 80. Layout asesoris Obah Growkits | 110 |
| Gambar 81. Logo Ketjilbergerak | 111 |
| Gambar 82. Logo Obah Growkits | 111 |
| Gambar 83. <i>Layout Tagline</i> Obah Growkits | 112 |
| Gambar 84. Proses <i>digital</i> tempat tanam warna hijau | 112 |
| Gambar 85. Proses <i>digital</i> tempat tanam warna hijau | 113 |
| Gambar 86. Proses <i>digital</i> stiker keterangan media tanam warna hijau dan merah | 113 |
| Gambar 87. Proses <i>digital</i> kemasan biji seledri | 114 |
| Gambar 88. Proses <i>digital</i> kemasan biji tomat | 114 |
| Gambar 89. Proses <i>digital</i> kemasan biji cabai | 115 |
| Gambar 90. Proses <i>digital</i> kemasan biji bayam | 115 |
| Gambar 91. Ilustrasi Seledri pada kemasan sekunder | 116 |
| Gambar 92. Ilustrasi Tomat pada kemasan sekunder | 116 |
| Gambar 93. Ilustrasi sawi pada kemasan sekunder | 117 |
| Gambar 94. Ilustrasi sawi pada kemasan sekunder | 117 |
| Gambar 95. Proses <i>digital</i> kemasan sekunder varian seledri | 118 |
| Gambar 96. Proses <i>digital</i> kemasan sekunder varian tomat | 118 |
| Gambar 97. Proses <i>digital</i> kemasan sekunder varian sawi | 119 |
| Gambar 98. Proses <i>digital</i> kemasan sekunder varian cabai | 119 |
| Gambar 99. Desain dan layout icon yang akan digunakan sebagai instruksi penggunaan produk | 120 |
| Gambar 100. Sketsa ilustrasi varian seledri | 124 |
| Gambar 101. Ilustrasi final varian seledri | 125 |
| Gambar 102. Sketsa ilustrasi varian tomat | 126 |
| Gambar 103. Ilustrasi final varian tomat | 127 |
| Gambar 104. Sketsa ilustrasi varian tomat | 128 |
| Gambar 105. Ilustrasi final varian sawi hijau | 129 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 106. Sketsa ilustrasi varian cabai | 130 |
| Gambar 107. Ilustrasi final varian cabai | 131 |
| Gambar 108. Layout kontak pada lembar instruksional | 133 |
| Gambar 109. Lembar instruksional varian seledri..... | 134 |
| Gambar 110. Lembar instruksional varian tomat | 135 |
| Gambar 111. Lembar instruksional varian sawi | 136 |
| Gambar 112. Lembar instruksional varian cabai | 137 |
| Gambar 113. <i>Product Tag</i> | 138 |
| Gambar 114. Ilustrasi pendukung poster varian seledri | 139 |
| Gambar 115. Ilustrasi pendukung poster varian tomat | 140 |
| Gambar 116. Ilustrasi pendukung poster varian sawi | 141 |
| Gambar 117. Ilustrasi pendukung poster varian cabai | 142 |
| Gambar 118. Layout poster varian seledri setelah melalui proses <i>digital</i> | 143 |
| Gambar 119. Layout poster varian tomat setelah melalui proses <i>digital</i> | 144 |
| Gambar 120. Layout poster varian sawi setelah melalui proses <i>digital</i> | 145 |
| Gambar 121. Layout poster varian cabai setelah melalui proses <i>digital</i> | 146 |
| Gambar 122. Layout <i>notebook</i> varian seledri setelah melalui proses <i>digital</i> | 147 |
| Gambar 123. Layout <i>notebook</i> varian tomat setelah melalui proses <i>digital</i> | 147 |
| Gambar 124. Layout <i>notebook</i> varian sawi setelah melalui proses <i>digital</i> | 148 |
| Gambar 125. Layout <i>notebook</i> varian cabai setelah melalui proses <i>digital</i> | 148 |
| Gambar 126. Layout stiker semua varian setelah melalui proses <i>digital</i> | 149 |
| Gambar 127. Ilustrasi sablon kaos setelah melalui proses <i>digital</i> | 150 |
| Gambar 128. Desain varian seledri untuk materi media sosial setelah melalui proses <i>digital</i> | 151 |
| Gambar 129. Desain varian tomat untuk materi media sosial setelah melalui proses <i>digital</i> | 152 |
| Gambar 130. Desain varian sawi untuk materi media sosial setelah melalui proses <i>digital</i> | 153 |
| Gambar 131. Desain varian cabai untuk materi media sosial setelah melalui proses <i>digital</i> | 154 |
| Gambar 132. Kemasan aksesoris setelah melalui proses <i>digital</i> | 155 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 133. Final desain <i>primary packaging</i> tempat tanam hijau | 156 |
| Gambar 134. Final desain <i>primary packaging</i> tempat tanam merah | 157 |
| Gambar 135. Final desain <i>primary packaging</i> kemasan biji semua varian | 158 |
| Gambar 136. Final desain <i>secondary packaging</i> varian seledri | 159 |
| Gambar 137. Final desain <i>secondary packaging</i> varian seledri ketika digunakan | 160 |
| Gambar 138. Final desain <i>secondary packaging</i> varian tomat | 161 |
| Gambar 139. Final desain <i>secondary packaging</i> varian tomat ketika digunakan | 162 |
| Gambar 140. Final desain <i>secondary packaging</i> varian sawi | 163 |
| Gambar 141. Final desain <i>secondary packaging</i> varian sawi ketika digunakan | 164 |
| Gambar 142. Final desain <i>secondary packaging</i> varian cabai | 165 |
| Gambar 143. Final desain <i>secondary packaging</i> varian cabai ketika digunakan | 166 |
| Gambar 144. Final desain lembar instruksional varian seledri | 167 |
| Gambar 145. Final desain lembar instruksional varian tomat | 168 |
| Gambar 146. Final desain lembar instruksional varian sawi | 169 |
| Gambar 147. Final desain lembar instruksional varian cabai | 170 |
| Gambar 148. Final desain <i>product tag</i> hijau | 171 |
| Gambar 149. Final desain <i>product tag</i> merah | 172 |
| Gambar 150. Final desain poster seledri | 173 |
| Gambar 151. Final desain poster tomat | 174 |
| Gambar 152. Final desain poster sawi | 175 |
| Gambar 155. Final desain poster tomat | 176 |
| Gambar 154. Final desain <i>notebook</i> semua varian..... | 177 |
| Gambar 155. Final desain stiker semua varian | 178 |
| Gambar 156. Final desain kaos | 179 |
| Gambar 157. Final desain aksesoris | 180 |
| Gambar 158. Aplikasi desain media sosial Instagram | 181 |
| Gambar 159. Final desain media sosial seledri | 182 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 160. Final desain media sosial tomat | 183 |
| Gambar 161. Final desain media sosial sawi | 184 |
| Gambar 162. Final desain media sosial cabai | 185 |
| Gambar 163. Poster Pameran Tugas Akhir | 186 |
| Gambar 164. Sampul Katalog Tugas Akhir | 187 |

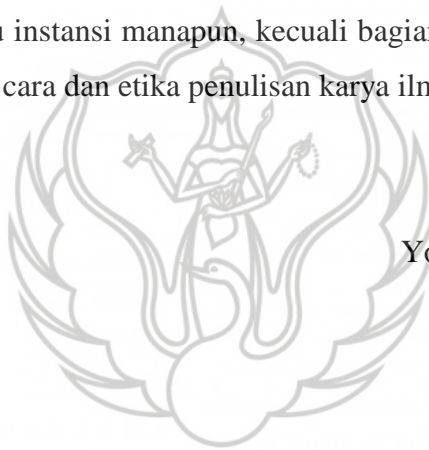


PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

**PERANCANGAN KEMASAN PRODUK PERANGKAT TANAM
KOMUNITAS KETJILBERGERAK DENGAN PENDEKATAN 3R
(REDUCE, REUSE, DAN RECYCLE)**

Perancangan ini dibuat untuk melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, karya ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran saya dan sejauh yang saya ketahui belum pernah dipublikasikan dalam bentuk apapun baik di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasi sebagai acuan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.



Yogyakarta, 20 Juni 2015

Rony Setiyawan
NIM. 091 1873 024

ABSTRAK

Rony Setiyawan

Perancangan Kemasan Produk Perangkat Tanam Komunitas Ketjilbergerak
dengan Pendekatan 3R (*Reduce, Reuse, dan Recycle*)

Media yang dihasilkan dari perancangan kali ini berupa kemasan dari produk perangkat tanam. Di Indonesia, produk perangkat tanam masih sangat sedikit dan hanya ditemui di pasar-pasar modern. Produk perangkat tanam diciptakan sebagai solusi berkebun bagi para pemula. Namun yang menjadi kendala adalah harganya yang terlampau mahal untuk ukuran masyarakat menengah kebawah. Karena asal-usul dari produk perangkat tanam adalah kegiatan *urban farming*, akan menjadi lebih baik jika menempatkan posisi komersialisasi produk berwawasan lingkungan tetap dalam komunitas yang memiliki aktivitas sosial seperti Ketjilbergerak. Menyikapi hal itu, produk perangkat tanam ini dirancang dengan konsep 3R (*Reuse, Reduce, Recycle*). Sehingga produk ini tak hanya ramah lingkungan, tetapi juga terjangkau.

Dengan diposisikan sebagai *merchandise* komunitas Ketjilbergerak, hasil penjualan dari produk perangkat tanam ini selanjutnya akan digunakan untuk aksi sosial Ketjilbergerak. Agar perancangan kemasan ini dapat terkorelasikan antara Konsep 3R, Ketjilbergerak, dan target *market*-nya, maka perlu metode pengumpulan data dan wawancara untuk menentukan topik dan media. Meskipun berasal dari sampah, produk akan diolah lagi sehingga tidak terlihat apa adanya. Melalui produk perangkat tanam ini, manfaat yang didapat penanam tak hanya berasal dari hasil yang ditanam, tetapi juga keseimbangan emosional saat merawat tanaman mereka. Dan untuk lingkungan, penanam dapat ikut serta dalam program penghijauan kota untuk mencapai RTH 30% guna mereduksi efek pemanasan global.

Kata kunci:

3R, *grow kits*, kemasan, ketjilbergerak, *urban farming*.

ABSTRACT

Rony Setiyawan

Design of Grow Kits Packaging from Ketjilbergerak Community with 3R
concept (Reduce, Reuse, and Recycle)

The resulting media from this design process is a packaging for grow kits. In Indonesia, grow kits is still measly and only found in modern markets. Grow kits was created as a solution for gardening for beginners. However, the problem of this products is the price is too expensive for middle-low class consumer. Because the origin of this products is urban farming activities, it would be better to position the commercialization of environmentally based products remain in the community who have social activities such as Ketjilbergerak. Therefore, this product was designed with the concept of 3R (Reuse, Reduce, Recycle). So these products are not just environmentally friendly, but also affordable.

Positioned as a Ketjilbergerak community merchandise , profits from this product will be used for social activities of Ketjilbergerak In order for the result of this packaging can connected between the 3R concept, Ketjilbergerak, and the target it is necessary to data collection methods and interviews methods to determine the topics and media. Although derived from waste, the products will be processed and modified again so as not as to be seen what it is. Through this product , the benefits not only from the results that were planted , but also emotional balance while caring for their plants . And for the environment , growers can participate in a reforestation program to achieve 30 % green space in order to reduce the effects of global warming .

Keywords:

3R, grow kits, Ketjilbergerak, packaging, urban farming

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, produk perangkat tanam masih tergolong jarang atau bahkan sangat sedikit. Produk seperti ini hanya bisa ditemui di pasar-pasar modern kota-kota besar dan itupun hasil impor. Produk perangkat tanam atau biasa dikenal dengan *growing kits* adalah produk tanaman kemasan yang di dalamnya sudah disertakan media tanam, tempat menanam, benih, dan tata cara menanam yang seluruhnya sudah siap pakai. Tanaman yang disertakan biasanya meliputi sayur, buah, dan tanaman hias. Tak sedikit pula dari rangkaian produk perangkat tanam disertakan pula peralatan untuk menanam seperti sekop, gunting, dan perlengkapan lainnya.



Gambar 1: Produk perangkat tanam dari Paris Garden
(Sumber: <http://parisgarden.co.za>, akses 6 Nopember 2014)

Cangkupan yang lebih luas dari lahirnya produk perangkat tanam adalah kegiatan *urban farming* atau pertanian urban yang saat ini sangat marak digencarkan di berbagai kota-kota besar penjuru dunia termasuk Indonesia.

Pertanian urban adalah praktek budidaya, pemrosesan, dan distribusi bahan pangan di atau sekitar kota.

Salah satu komunitas resmi yang paling populer dalam menggalakkan kegiatan *urban farming* di Indonesia adalah 'Indonesia Berkebun' yang diprakarsai oleh Ridwan Kamil - saat ini menjabat sebagai walikota Bandung - dan beberapa inisiasinya pada Oktober 2010. Program utama dari 'Indonesia Berkebun' adalah mengubah lahan tidur di kawasan perkotaan menjadi lahan perkebunan produktif yang bisa dilakukan oleh masyarakat. Gagasan awal dari gerakan ini adalah agar masyarakat kota yang selama ini banyak mengonsumsi dari alam, bisa menyelamatkan alam, sekaligus menjadi produsen dari hasil tanaman mereka. Sampai saat ini, gerakan 'Indonesia Berkebun' telah berdiri di tiga puluh kota dan delapan kampus. Gerakan ini juga mendapatkan penghargaan kategori Web-Heroes dari Google Asia Pacific pada 2011, Inspiring Movement for Environment pada 2013 dari Nutrifood dan finalis Ashoka Changemakers pada 2013.

Melalui konsep *urban farming*, warga yang tinggal di perkotaan bisa mendapatkan banyak keuntungan. Di antaranya menghidupkan kota, mengurangi tingkat stress, dan juga menguntungkan secara ekonomi. Jika berhasil dipanen, tanaman-tanamannya bisa dijual untuk kebutuhan tambahan atau juga bisa digunakan sendiri, yang tentunya dapat mengurangi biaya pengeluaran untuk kebutuhan sayuran. Selain itu, kegiatan *urban farming* dilakukan guna memenuhi kebutuhan ruang terbuka hijau yang telah diamanatkan Undang-undang (UU) Nomor 26 Tahun 2007 tentang penataan ruang sebesar 30% dari total luasan wilayah kota. (Joga, 2013:133)

Produk perangkat tanam diciptakan sebagai solusi bagi mereka yang ingin memulai berkebun tetapi tidak memiliki modal pengetahuan yang cukup untuk memulainya (pemula). Kepraktisan menjadi nilai yang paling dititik beratkan dalam produk perangkat tanam. Namun yang menjadi kendala adalah harganya yang terlampaui mahal untuk ukuran produk perangkat tanam. Dari pengamatan yang dilakukan oleh penulis di pasar modern bahan bangunan *Ace Hardware Yogyakarta*, produk perangkat tanam produksi Paris Garden dijual

seharga 117 ribu. Dilihat dari kemasan dan harga, produk ini disasar untuk para kelas atas. Bagi kalangan menengah ke bawah yang ingin memiliki produk ini akan menjadi perihal serius ketika akan melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Mengingat uang sejumlah itu dapat dipergunakan untuk kebutuhan yang lebih pokok. Padahal, jika dilihat kegiatan pasar sekarang, pasar menengahlah yang paling berperan. (Markerteers November, 2012: Halaman Infografis)

Karena asal-usul dari produk perangkat tanam adalah aksi kolektif yang menjadi gerakan sosial dalam *urban farming*, akan menjadi lebih baik jika menempatkan posisi komersialisasi produk berwawasan pelestarian lingkungan seperti produk perangkat tanam tetap dalam komunitas yang memiliki aktivitas sosial serta visi dan misi sesuai produk. Dengan begitu, produk terkesan lebih manusiawi sesuai tiga *global shift* yang terjadi saat ini inklusif, horisontal, dan sosial. (Kartajaya, 2012:118)

Komunitas Ketjilbergerak, sebagai komunitas seni budaya yang peduli dengan kreatifitas anak muda dan gerakan sosial yang berdomisili di Yogyakarta ini memiliki komitmen pada kerja budaya yang bersifat kolaboratif termasuk dalam hal pelestarian lingkungan. Pada 3 Oktober 2014, melalui website www.ketjilbergerak.org, Ketjilbergerak mengeluarkan *artwork* desain dengan judul Menanam untuk Masa Depan dengan visualisasi karakter KABE yang sedang menanam.



Gambar 2: *Artwork* Ketjilbergerak dengan judul 'Menanam untuk Masa Depan'

(Sumber: <http://www.ketjilbergerak.org> , akses 6 Nopember 2014)

Supaya tidak hanya sebatas *artwork*, Ketjilbergerak memberikan ajakan nyata dengan memproduksi *merchandise* berupa produk perangkat tanam kemasan. Seperti *merchandise* Ketjilbergerak lainnya, hasil penjualan dari produk perangkat tanam ini akan digunakan untuk aksi sosial Ketjilbergerak.

Akan menjadi percuma membuat produk berwawasan lingkungan seperti produk perangkat tanam jika kemasan dari produk tersebut tidak berwawasan lingkungan seperti memproduksi kemasan dengan materi yang sulit dimanfaatkan ulang oleh konsumen sehingga menambah volume limbah rumah tangga. Produk perangkat tanam Ketjilbergerak akan mengemas dengan konsep 3R (*Reuse, Reduce, Recycle*) seperti menggunakan sampah kaleng, botol plastik, dan kertas daur ulang. Meskipun berasal dari sampah, produk akan diolah lagi sehingga tidak terlihat apa adanya. Dengan menggunakan konsep 3R, harapannya agar produk perangkat tanam Ketjilbergerak tak hanya ramah lingkungan, tetapi juga terjangkau.



Gambar 3: Penggunaan barang bekas sebagai pot.
(Sumber: <http://www.bloglovin.com>, akses 6 Nopember 2014)

Melalui produk ini diharapkan mampu merangsang anak muda Yogyakarta untuk merasa lebih peduli kepada diri sendiri, keluarga, dan lingkungan melalui kegiatan berkebun. Bagi diri sendiri, dengan berkebun selain mendapatkan hasil dari yang ditanam, penanam juga mendapatkan keseimbangan emosional melalui interaksi yang dilakukan ketika merawat tanaman mereka. Sedangkan untuk keluarga, sayur organik dapat disajikan kepada keluarga mereka untuk dikonsumsi dan mengajak mereka untuk menanam lebih banyak lagi. Dan untuk lingkungan, penanam dapat ikut serta dalam menghijaukan kota dan membantu pemerintah dalam mencapai RTH 30% guna mereduksi efek pemanasan global.

B. Rumusan Masalah

- Bagaimana merancang kemasan produk perangkat tanam dengan pendekatan 3R (*reuse, reduce, recycle*) yang bernilai secara praktis dan estetik?

C. Tujuan Perancangan

1. Tujuan umumnya adalah merangsang anak muda Yogyakarta untuk gemar menanam melalui media perangkat tanam.
2. Tujuan khususnya adalah merancang desain kemasan produk perangkat tanam yang *collectible* dan *valuable* agar misi dari produk ini dapat sampai ke konsumen.

D. Lingkup Permasalahan

1. Perancangan kemasan yang dibuat adalah *primary* dan *secondary packaging*.
2. Perancangan dengan konsep *reuse* dan *reduce* yaitu dengan pemanfaatan limbah seperti kaleng maupun botol untuk *primary packaging*.
3. Perancangan kemasan dengan konsep *recycle* diaplikasikan pada keperluan media pendukung dengan menggunakan kertas daur ulang.
4. Secara demografis perancangan ini fokus terutama pada pasar anak muda, wanita, dan pengguna internet (*youth, women, netizen*) di daerah Yogyakarta pada khususnya.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

Perancangan ini dapat menambah wawasan tentang kemasan dengan konsep 3R sekaligus peringatan bahwa pekerjaan desainer sangat bersinggungan dengan limbah, maka sebagai desainer hendaknya menjadi filter yang dapat menentukan nasib lingkungan di masa depan.

2. Bagi Institusi

Dengan perancangan kemasan ini diharapkan mampu memberi wawasan baru bagi arsip perancangan Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual bahwa perancangan kemasan merupakan salah satu dari produk DKV yang potensial dan langsung berhadapan dengan konsumen.

3. Bagi Komunitas

Dengan perancangan ini turut memberikan kontribusi bagi aktivitas maupun aksi sosial yang berimbas pada *sustainability* itu sendiri untuk membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik.

F. Metode Perancangan

Secara garis besar perancangan ini akan mencakup dua tahap yakni perencanaan dan perancangan. Tahap perencanaan di antaranya meliputi: identifikasi dan analisis data, sedangkan tahap perancangan antara lain: pemilihan media, konsep kreatif, dan *layout*, komperhensif desain, final desain lalu dilanjutkan dengan evaluasi atau uji kelayakan.

1. Data awal

a. Data primer

Data yang diambil langsung dari sumber-sumber secara langsung dari produsen seperti:

- 1) Sejarah Ketjilbergerak
- 2) Informasi kegiatan berwawasan lingkungan Ketjilbergerak
- 3) Dokumentasi Ketjilbergerak

b. Data sekunder

Data yang diambil dari data yang sudah ada seperti:

- 1) Pengumpulan data melalui studi pustaka
- 2) Pengumpulan data melalui internet
- 3) Pengumpulan data melalui pengamatan
- 4) Informasi data produk pesaing sejenis

2. Metode pengumpulan data

a. Data primer

1) Observasi

Pengumpulan data melalui data lapangan ini akan dilakukan dengan pengamatan dan pendokumentasian terhadap unsur verbal dan visual secara langsung dari komunitas Ketjilbergerak. Alat yang

digunakan dalam pengamatan adalah lembar pengamatan, kamera, catatan perilaku konsumen dan lain-lain.

2) Wawancara

Wawancara akan dilakukan langsung dengan ketua dari komunitas Ketjilbergerak yakni Vanie guna mendapatkan data yang diperlukan dalam perancangan kemasan kali ini. Alat yang digunakan dalam wawancara adalah buku catatan dan buku sket, pulpen, dan fasilitas perekam suara di-*handphone*.

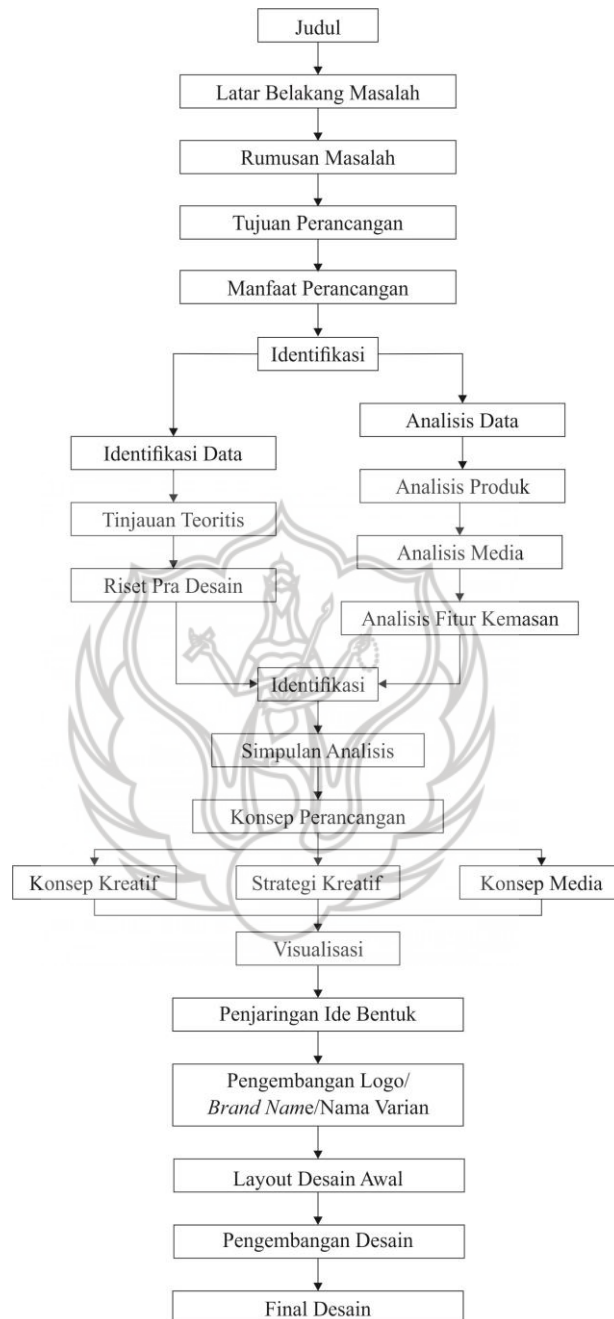
b. Data sekunder

- 1) Pengumpulan data melalui studi pustaka
- 2) Pengumpulan data melalui internet
- 3) Pengumpulan data melalui pengamatan
- 4) Informasi data produk pesaing sejenis

3. Metode analisis data

Dari semua input data selanjutnya akan dianalisis dengan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*) untuk produk . Metode metode VIEW (*Visibility, Information, Egibility, Workability*) untuk analisis media kemasan, dan *Spider Diagram* untuk mengevaluasi hasil dan kelayakan desain terhadap konsep 3R (*reuse, reduce, dan recycle*).

G. Metode Perancangan



Gambar 4: Skematika Perancangan.
(Grafik: Rony Setiyawan, 2014)